

広場から始まる エリアマネジメント

2020年1月25日(土) 14:00~17:00
@北野工房のまち

- 都心三宮再整備の取り組み
- 「えき～まち空間」におけるエリアマネジメントについて
- 今後の取り組みについて
- 基調講演
- パネルディスカッション



神戸の玄関口にふさわしい居心地がよくにぎわいのある空間を創るためには、官民連携したエリアマネジメントに取り組むことが重要だと考えています。

「えき～まち空間」のエリアマネジメント、「神戸版エリアマネジメント」は、
・都心に人が集い、交流し、楽しむ「仕掛け」づくり（サービスとプログラム）
・民間主導で高質なエリアを継続的に創出できる「仕組み」づくり（組織体制）
・三宮のために活動し、神戸とともに楽しむ「人」づくり（人材発掘と育成）
を目標としています。

今回、全国エリアマネジメントネットワーク会長であり、一般財団法人森記念財団理事長でもある、小林重敬氏をお招きし、これからの時代のエリアマネジメントの必要性や、既存市街地でのエリアマネジメントの進め方など、各地域での取り組み事例を交えてお話して頂き、その後、パネルディスカッションを行いました。このフォーラムでは、ヒト・コト・モノを紡ぎ、神戸版エリアマネジメントを育てていくための方向性を会場の皆様と共有できたと思います。



● 会場風景 (参加者 約180名)



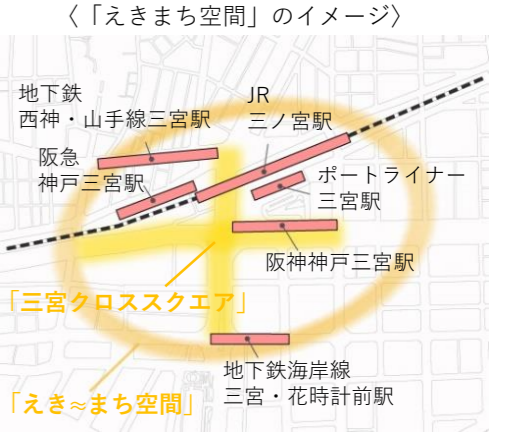
● 都心三宮再整備の取り組み



神戸市都心再整備本部
都心三宮再整備課長
清水 陽氏

神戸市では、目指すべき将来像として「美しき港町・神戸の玄関口“三宮”」を掲げ、「えき」（6つの駅とバス乗降場）と「まち」をつなぐ神戸の象徴となる新しい駅前空間として「えき～まち空間」を創出することを示しています。

この「えき～まち空間」の核となるのが、三宮交差点を中心に税関線（フラワーロード）と中央幹線の一部を、車中心の空間から人と公共交通優先の広場空間に転換する「三宮クロススクエア」です。この「三宮クロススクエア」を中心に、居心地がよく、様々な市民活動や交流が展開され、にぎわいが生まれる、神戸の玄関口にふさわしい空間を創出していくことを説明しました。



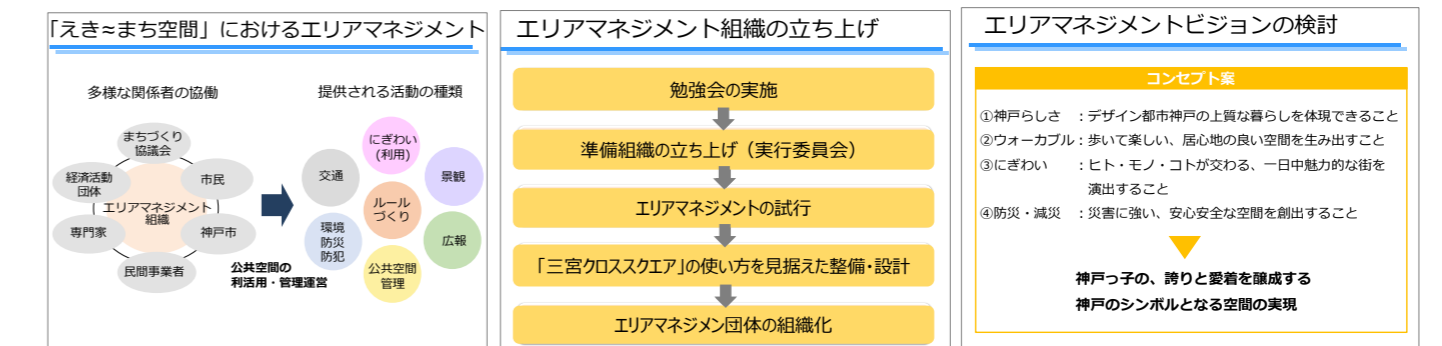
段階整備イメージ（「三宮クロススクエア」東側から段階的に車線を減らします）



● 「えき～まち空間」におけるエリアマネジメントについて

神戸の玄関口にふさわしい居心地がよくにぎわいのある空間を創るためには、ハード整備と連携してソフト面の取り組みを行い、街（エリア）全体で神戸を楽しめる仕掛けが必要です。そのためにも、民間事業者や行政等の多様な関係者の協働により、公共空間の利活用をはじめとして、様々なサービスを提供するエリアマネジメントに取り組むことが重要です。

「えき～まち空間」におけるエリアマネジメントは、“場所が完成する前からの活動づくり” “小さなゴールを積み重ねた成功体験型のプロセスづくり” “ハードの進捗と合わせた成長型の組織づくり” をコンセプトとして取り組みを進めています。現在、関係者で勉強会を実施しており、将来的な組織の在り方、目指すべき将来像を示したエリアマネジメントビジョン、組織設立に向けた進め方等について議論を進めています。



● 今後の取り組みについて (案)

組織設立に向けた一つのステップとして、「三宮クロススクエア」沿道の地権者を中心として実行委員会を組成し、葺合南54号線の交通規制で生み出した空間を活用した、にぎわい創出の取り組みを行います。

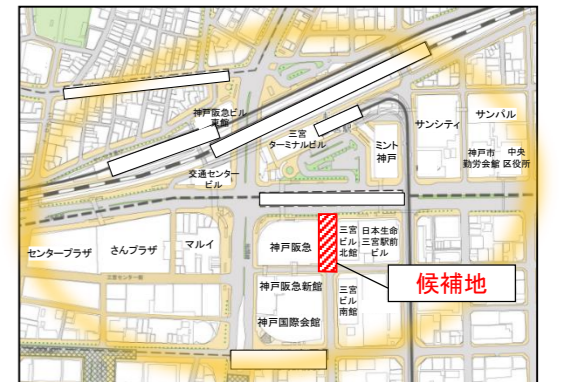
※現在、関係機関と協議中

目的

- ・クロススクエアで実現する魅力的なにぎわい空間のイメージの視覚化
- ・地域主体のエリアマネジメントの組織化に向けた実践的練習
- ・担い手となるプレイヤーの発掘

実施場所：葺合南54号線の一部

実施時期：令和2年秋頃（2週間程度）



●基調講演



全国エリアマネジメントネットワーク会長／一般財団法人森記念財団 理事長
小林 重敬氏

小林氏による基調講演では、“エリアマネジメントとは？”から始まり、各地のエリアマネジメントの取り組みをご紹介頂き、下記のポイントをご説明いただきました。

- ・まちの価値を高めるエリアマネジメントは、つくるだけでなく、育てることが重要であり、エリアの課題を解決し、資源を活かし、『新たな公』を実現すること。
- ・エリアマネジメントの核心は、人々の協調的な行動を促すこと。そのためにも、社会関係資本（社会ネットワーク：絆）をつくり、「互酬性」と「信頼」が重要。
- ・エリアマネジメントは、一定の広がりを持った特定エリアについて継続的な視点で、つくること、育てること、さらには再生することまで一貫して行う活動。
- ・エリア開発の計画段階から、エリアマネジメント活動に必要な空間をつくり、それを運営していく組織体制を考えていくことが必要。
- ・地域の価値が上がれば税収が増えるなど、行政側にもメリットはあるので、行政もエリアマネジメント活動が進むように空間整備などを行うことが必要。
- ・各地の特色である“らしさ”にこだわるものではなく、これまで各地で実践されてきた仕組みを次の時代に向けて再構築することが重要。

日本におけるまちの価値を高めるエリアマネジメントとは

●エリアマネジメント活動とは？

- ・つくる（ディベロップメント）だけでなく、育てる（エリアマネジメント）も重要
- ・エリアの課題を解決する
- ・エリアの資源を活かす
- ・『新たな公』を実現する

民の絆（互酬性 信頼） + 公民連携 → 公共性の実現

エリアマネジメントの特徴

- ◆つくること：公的な空間整備や個々の開発に対する誘導、調整を考える
- ◆育てること：地域の持続的な発展のための用途の配置、施設の維持管理や広報活動、文化活動等を含めた運営を行う
- ◆再生すること：さらに地域再生への取り組みを含めた広範囲にわたるまちづくり

計画段階から考え体制を整える

- ◆エリア開発の計画段階からエリアマネジメントを考える
- ◆活動・空間・体制をリンクさせるために開発にあたってエリアマネジメント活動に必要な空間を生み出していく
- ◆運営していく組織体制を同時に考えていくことが必要である

まちの価値を公民連携で高める

横浜駅大改造計画
エリアマネジメント活動と地域価値の上昇

エリアマネジメント団体の役割

(1) 空間活用の「仲介者」や「コーディネーター」
(2) 行政の補完的機能を担う「公的立場」

公民連携体制づくり

円滑な公民連携を構築するため、利用者の目線を持った行政とエリアマネジメント団体が図のように連携し、行政内部でも連携し、エリアに関わる対外的な行政窓口が一元化されていることが望まれる。

●会場からの質問（抜粋）

- Q. 日常で市民がすべきこと、あるいはエリアマネをどうやって始めていくのか？
- A. どれだけ地域側が開いていくかが大事であり、一年に一回でも来る人を地域に関わっている人だという発想を持つ。更に、市民である市民でないということに関わらず、そこにただ、たたずむという時間を過ごすことが重要である。
- Q. 財源が増える方法や市の支援の形は？
- A. 札幌では、広場の利用料と広告で賄っており、市からは指定管理料を頂いている。また、広告掲出の道路占用料については、免除してもらっている。富山では、運営費の1/3を広場の使用料で賄っているが、地方都市ではほとんどが使用料で賄うことが難しい状況。エリアマネジメント組織に駐車場代や広告費、ロッカー、自動販売機の収入が入る仕組みが必要。用途についても見える形で提供し、活動やイベントにつなげていく。

質問のキーワード

財源	組織	神戸ならではのエリアマネジメント
活動・仕組み	環境・防犯	多様性
既成市街地	規模	三宮クロススクエア



●パネルディスカッション

最初にパネリストご自身が関わっている取り組みの紹介を各者から行って頂きました。その後、“外から見た神戸らしさとは何か” “神戸版エリアマネジメント”が目指すべき方向性”について各者のご意見を頂きました。以下はディスカッションの主なコメントを掲載しています。

 忽那 裕樹氏 株式会社E-DESIGN 代表取締役	 小林 重敬氏 全国エリアマネジメントネットワーク会長／一般財団法人森記念財団 理事長	 内川 亜紀氏 札幌駅前通まちづくり株式会社 統括マネージャー	 永田 宏和氏 企画・プロデューサー／デザイン・クリエイティブセンター神戸副センター長／NPO法人プラス・アーツ 理事長	 山下 裕子氏 広場ニスト／全国まちなか広場研究会 理事	 山中 英夫氏 株式会社神戸新聞会館 取締役 企画総務本部長
--	--	--	---	---	---

大阪は企業が強い。神戸は個々が強い。神戸は山・海もあるけれど、「人」。デザイン都市なのでまちのセンスを高めていくべき。新しい担い手をつくっていくことがまちにとっては必須。(永田)

活動のデザインもきちんとしていかないとけない。展開の仕方に神戸らしさをまとっていることが大事。(忽那)

エリアマネジメントは地域が持っている価値を見出すことも重要だが、それをベースに議論するのではなく次の時代の価値を見つけていくことが大事。(小林)

「らしさ」から議論すると縛られてしまう。計画性をもって具体的にすすめるプログラムを考えるべき。(忽那)

神戸は歩いて覚える街。三宮クロススクエアができるとたたずめる場所ができる。歩き回りながらたたずめる場ができる。(山中)

梅田の駅前でつくれるたたずまいと神戸でつくれるたたずまいは違う。いつまでにぎわいの呪縛に縛られているのか。普段でもたたずみたくなるような場所が大事。(永田)

空間づくりと、それをどう使うか、が大事。エリアマネジメントとして空間をどう活用していくかの技を身に着けるべき。(小林)

三宮クロススクエアでは、周辺で働いている人が気持ち良いと感じる空間づくりが必要。(山下)

ここの価値ってなんだろう、それぞれの場所が一番素敵なのはなんだろう、と考えるのがまちづくり。(内川)

広場はにぎわいを生み出す装置になりえない。周辺の建物からのしみ出しこそがにぎわいを生むと思う。(山下)

公民連携がキーワードである。(山中)

いろんなイベントの事例をだしたが、地域の人が出てきやすいきっかけづくりである。イベントで来てもらったことをきっかけに日常使いできるように運営している。(内川)

エリアマネジメント活動の財源をどう確保するか。地方では広告収入も難しい。公共に関わらないと民間だけでは難しい。地方都市の場合はエリアを絞って、そのエリアを積極的に公共が整備をしていかないと。(小林)

使い方に価値があれば出す側も納得する。企画力、センスが必要。駅前にエンジンがある。イベントをするのではなく、プロジェクトをする。(永田)

成果や効果がどうあがったか、その結果を市民・地域に分かりやすく伝えることが重要。(小林)

つくる時は力が入っているが、大切なのは育っていくタイミング。担い手も育てていくことが大事。(内川)

まずは小さく始めることが大事。(山中)

いろんなひとがいろいろな場所に関わるようにすることが大事。(山下)

機会は平等に与えて、価値創造できたところに投資していく。オープンな場所でプラットフォームをつくるのがエリアマネジメントにとって大事。(忽那)